

## Construire et mettre en place une stratégie trade-marketing performante

O  
B  
J  
E  
C  
T  
I  
F  
S

Acquérir les outils nécessaires à la mise en place d'actions TRADE conjointes fournisseur – distributeur pour mieux accompagner vos clients.

Comprendre les leviers de développement du business en magasin, développer le sell-out.

Mesurer l'efficacité de ses actions (mesure des performances et retour sur investissement).

### Méthodes pédagogiques

Un mix équilibré d'apports méthodologiques et d'ateliers / mises en situation permettant une meilleure compréhension des concepts et une appropriation accélérée.

- Participation du groupe et échanges
- Etude de cas



### Intervenant

Pierre LAURANS

Ex-directeur marketing / Directeur international

### Pour ancrer la session

Fortement conseillé pour valider les acquis, chaque participant ayant suivi une formation pourra être évalué afin de définir les plans d'actions dans leur contexte professionnel.

Ces démarches peuvent être complétées par un accompagnement personnalisé centré sur la mise en œuvre de nouvelles compétences.

Devis à la demande : nous contacter : o.lauriol@arkose.net

### Pré-requis

Connaissances des fondamentaux de la distribution et de la démarche marketing.

Méthodes

## CHAPEAU GÉNÉRAL SUR LE TRADE MARKETING

- Quiz interactif

## RAPPEL DES TENDANCES D'ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS D'ACHATS ET IMPACT SUR LE COMMERCE

## DIAGNOSTIC D'UNE OPÉRATION TRADE RÉUSSI :

- Contexte/mécanisme/résultats
- Ingrédients du succès
- Cas pratique

## DIAGNOSTIC D'UNE OPÉRATION FLOP

- Contexte/mécanisme/résultats
- Ingrédients du succès
- Cas pratique

## CONSTRUCTION D'UN PLAN TRADE MARKETING CLIENT – CAS PRATIQUE

- Quels éléments à recueillir sur le client ?
  - Point business & situation à date vs objectifs
  - Assortiment et situation concurrentielle
- Pour quels objectifs commerciaux ?
  - Quels produits/quelles gammes
  - Quels objectifs commerciaux globaux (DN/DV/typo/assortiment/exposition/CA projeté/rotations...)
  - Quels objectifs spécifiques enseignes
  - Quelles actions d'accompagnement ?
  - Actions dans le cadre du plan marketing national :
    - Actions spécifiques enseignes
    - Mécanismes et articulation vs le plan marketing
    - Résultats attendus & contrôle ➢ Moyens alloués

### Dates



23 novembre 2022

### Prix



1430€HT,  
Supports,  
Déjeuners inclus

### Population concernée



Trade marketer, Category manager,  
Responsable de secteur, Merchandiser

### Quizz



Quizz des acquis  
Questionnaire de  
satisfaction

### Lieu



PARIS

### Horaires



De 9h30 à 17h30  
2 jours  
14 heures présentielles

Inscriptions via [o.lauriol@arkose.net](mailto:o.lauriol@arkose.net)

Si vous êtes en situation de handicap ou de santé qui impacte le suivi de la formation, merci de contacter notre référent par mail : [referent-handicap@arkose.net](mailto:referent-handicap@arkose.net)